

ESTILS

El cotxe perd pistonada com a símbol d'estatus

La crisi del vehicle privat esperona altres tipus de transport i canvia el disseny de les ciutats

NEREIDA CARRILLO
BARCELONA

A peu o en transport públic. Així es mouen de manera habitual Sílvia Barrios, una creativa publicitària de Sant Joan de Vilatorrada, i Mònica Cimiano, una infermera barcelonina. A totes dues les uneix una altra cosa: quan senten la paraula *cotxe*, esbufeguen. Per Sebastian Balfour, catedràtic emèrit d'estudis contemporanis espanyols a la London School of Economics and Political Science, la Sílvia i la Mònica podrien ser dos clars exemples d'una nova era: la de la societat postcotxe.

Una era en què el vehicle privat perd pistonada. I no només perquè pugui ser car, sinó també perquè ha deixat de ser *cool*. "Les noves generacions estan menys interessades en el cotxe com a estil de vida i estan més interessades a tenir un iPhone o un iPad com a reflex del seu estil de vida", assegura Balfour. Aquest acadèmic atribueix bona part del retrocés de l'ús del vehicle privat al fet que "ha perdut força com a símbol d'estatus social".

Car i incòmode?

L'Enquesta de Mobilitat en Dia Feiner (Emef), sobre els desplaçaments en dia laborable a l'àrea metropolitana de Barcelona, posa xifres a aquesta desacceleració. Si el 2004 un 37,9% dels desplaçaments en dia feiner es feien en cotxe, el 2008 la xifra cau al 29,8% i segueix alentint la marxa fins al 25,1% de l'any passat.

La situació a Barcelona i a l'àrea metropolitana no difereix d'altres

ciutats grans dels anomenats països desenvolupats. A Londres, explica Balfour, segons dades del departament de Transports, s'ha passat de fer la meitat dels desplaçaments en cotxe el 1990 al 38% el 2012. Pel catedràtic, aquestes xifres amaguen raons "econòmiques, socials, culturals i de logística".

"Tenir cotxe és una despesa molt gran -sentència Mònica Cimiano-. Has de pagar aparcament, l'assegurança, i sempre hi ha embussos". Aquesta infermera barcelonina assegura, a més, que el cotxe li és incòmode: "L'aparcament ha de ser en zona blava i no puc sortir de la feina cada dues hores per anar posant diners". Conclou que l'automòbil és un "desgavell" i que per això tria el metro per anar a la feina.

Les raons de la Mònica no són poc habituals. Balfour creu que el cotxe no atreu les noves generacions perquè el consideren car, l'associen a embussos i contaminació i el situen en una altra època: la dels seus pares i avis, passada de moda. I s'aboquen abans als gadgets tecnològics.

El teletreball, com el de la Sílvia, també està estalviant desplaçaments per motius laborals. "Treballar a casa no és treballar sol, sinó en xarxa", assegura Sílvia Barrios. Aquesta creativa publicitària és *freelance* des de fa 8 anys. Es troba còmoda connectant amb els clients per e-mail i Skype, una eina que té oberta, amb xats d'àudio, gairebé tot el dia, per comunicar-se amb altres col·legues, com si fos un "estudi virtual", potser les oficines del futur. A més de l'iPhone i les tauletes, la tarifa plana i les eines de xat també estan arraconant el cotxe. I transformant l'economia i les ciutats en aquesta societat postcotxe a la qual ens aproximem, segons Balfour.

Canviar el disseny de les ciutats

Els canvis en els hàbits de transport ja estan alterant la fesomia de les ciutats. I ho faran encara més en un futur en què, segons el catedràtic de la London School of Economics, les ciutats estaran dissenyades "sobretot per al transport públic". Amb menys carreteres i millor xarxa de transport públic, les ciutats del futur incorporaran també més eixos de carrils bici i zones peatonals.

De fet, aquestes dues maneres de moure's, amb bici i a peu, han crescut força. El transport no motoritzat, també segons dades de l'Emef, ha passat de representar el 33,9% dels desplaçaments el 2004 al 42,8% el 2008. I va créixer fins al 50% l'any passat.

Malgrat que ja no hi ha la cultura de "rentar el cotxe cada diumenge" i presumir de cavalls davant els amics, per Balfour el vehicle privat encara té cert pes en el dia a dia: "El cotxe té encara una cultura



01. Un grup de turistes en bicicleta davant de l'Hotel Arts de Barcelona.

PERE TORDERA

01. Vista panoràmica de plaça Espanya: els cotxes comencen a associar-se a embussos i pol·lució.

FRANCESC MELCION

familiar o individual; és el lloc on s'escenifica la vida diària: les breques, els jocs, la família, la música, l'amor i el sexe. Moltes persones han tingut la seva primera experiència sexual en un cotxe".

Diversitat de mètodes

Les coses, però, han canviat molt d'ençà que el Seat 600 va ser "el símbol de tota una estratègia de modernització autoritària" del règim franquista, com estableix Balfour al llibre *Barcelona malgrat el franquisme. La SEAT, la ciutat i la represa de la democràcia*. Per aquest catedràtic, si el segle XIX va ser el del ferrocarril i el XX el del cotxe, la societat postcotxe del segle XXI serà la de la diversitat de mètodes de transport. La crisi econòmica, els gadgets tecnològics i la multitud d'opcions per moure's estan contribuint que l'estrella que va tenir el cotxe fa uns anys sigui ara menys fulgurant. La societat postcotxe canvia símbols, oficines i ciutats. ■





01

Verkami i Facebook per comprar un cotxe

Molts fabricants de cotxes són conscients que per als joves adquirir un vehicle pot resultar car i avorrit. I alguns estan intentant posar-hi remei amb aplicacions que, a mig camí entre Verkami i Facebook, persegueixen una compra social i divertida. Es tracta d'eines que incentiven el micro-mecenatge per a l'adquisició d'un vehicle i que permeten compartir amb els amics les decisions sobre el color o la tapisseria.

Entre les companyies que aposten per aquestes fórmules hi ha Toyota i Chrysler. La primera ha posat en marxa, juntament amb Google, l'eina Toyota Collaborator, una web que permet invitar els teus amics a un *hangout* per decidir el color del cotxe o si ha de tenir sostre solar, entre d'altres. I ho acaba d'adobar amb un passeig virtual amb el cotxe personalitzat per Google Street View.

02

Per la seva banda, els cotxes Dodge de Chrysler han creat el portal Dodedartregistry.com: tries un vehicle que t'agradi, els complements interiors i exteriors, ho comparteixes per correu electrònic i a les xarxes socials, i els amics i familiars es poden convertir en mecenes de tots aquests accessoris.

